

# PR TIMES

## 2021年度 第3四半期決算説明資料

株式会社PR TIMES（東証一部 | 3922）

2022年1月13日

01

2021年度第3四半期 決算

02

2021年度第3四半期 サービス動向

03

トピックス&amp;参考情報



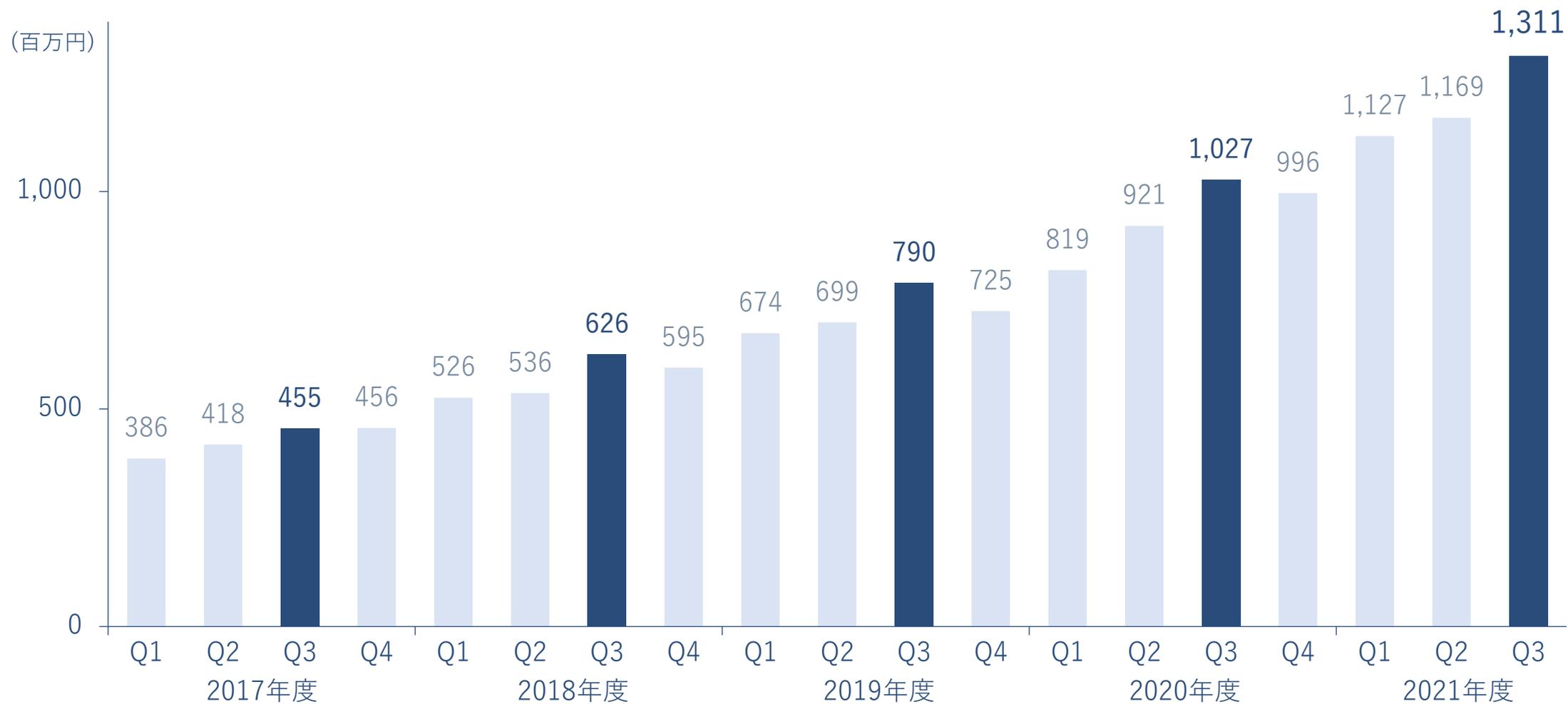
- 売上高、各利益が四半期で過去最高を更新
- 粗利率は3四半期連続で過去最高、営業利益率は4四半期ぶりに過去最高

(単位：百万円)	2020年度		2021年度			前年同期比	前四半期比
	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	(YonY)	(QonQ)
売上高	1,027	996	1,127	1,169	1,311	127.6%	112.2%
売上総利益	885	859	992	1,035	1,173	132.5%	113.3%
(粗利率)	(86.2%)	(86.2%)	(88.0%)	(88.6%)	(89.5%)	—	—
販売管理費	414	662	600	530	550	132.9%	103.7%
営業利益	471	197	391	505	623	132.1%	123.3%
(営業利益率)	(45.9%)	(19.8%)	(34.7%)	(43.2%)	(47.5%)	—	—
経常利益	472	195	391	504	623	132.0%	123.6%
当期純利益	324	117	273	344	426	131.4%	123.6%

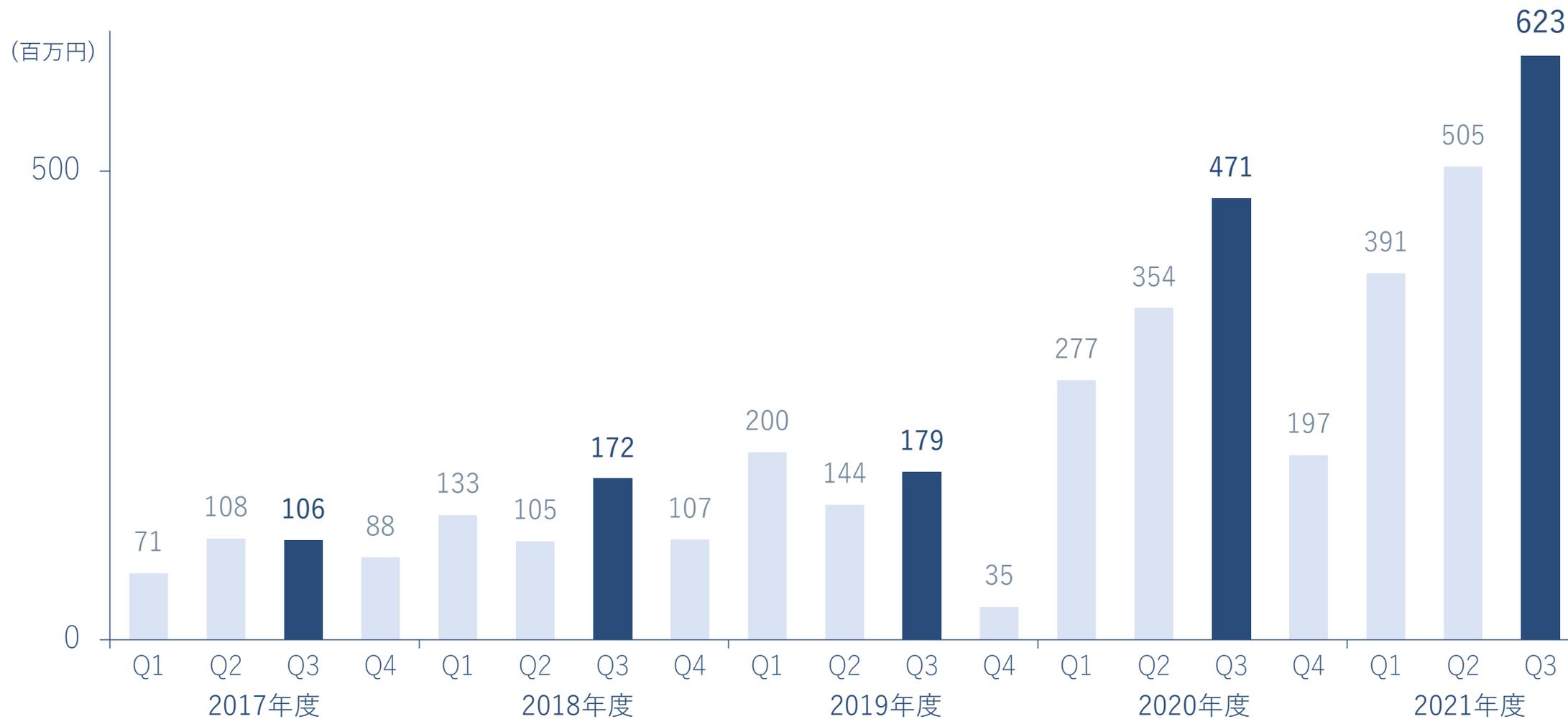
- 売上高成長と利益拡大を両立、前年同期比で増収増益を達成
- 通期業績予想に対して、売上高と各利益ともに高い進捗率
- 創業来15期連続で売上高25%超成長と営業黒字の達成が視野に入る

(単位：百万円)	2020年度 3Q	2021年度 3Q	前年同期比 (YonY)	2021年度 通期予想	対通期予想 進捗率
売上高	2,769	3,608	130.3%	4,715	76.5%
売上総利益	2,365	3,201	135.4%	—	—
(粗利率)	(85.4%)	(88.7%)	—	—	—
販売管理費	1,261	1,681	133.3%	—	—
営業利益	1,103	1,520	137.7%	1,750	86.9%
(営業利益率)	(39.9%)	(42.1%)	—	(37.1%)	—
経常利益	1,104	1,518	137.6%	1,748	86.9%
当期純利益	926	1,044	112.7%	1,212	86.1%

- 売上高は3四半期連続で過去最高を更新



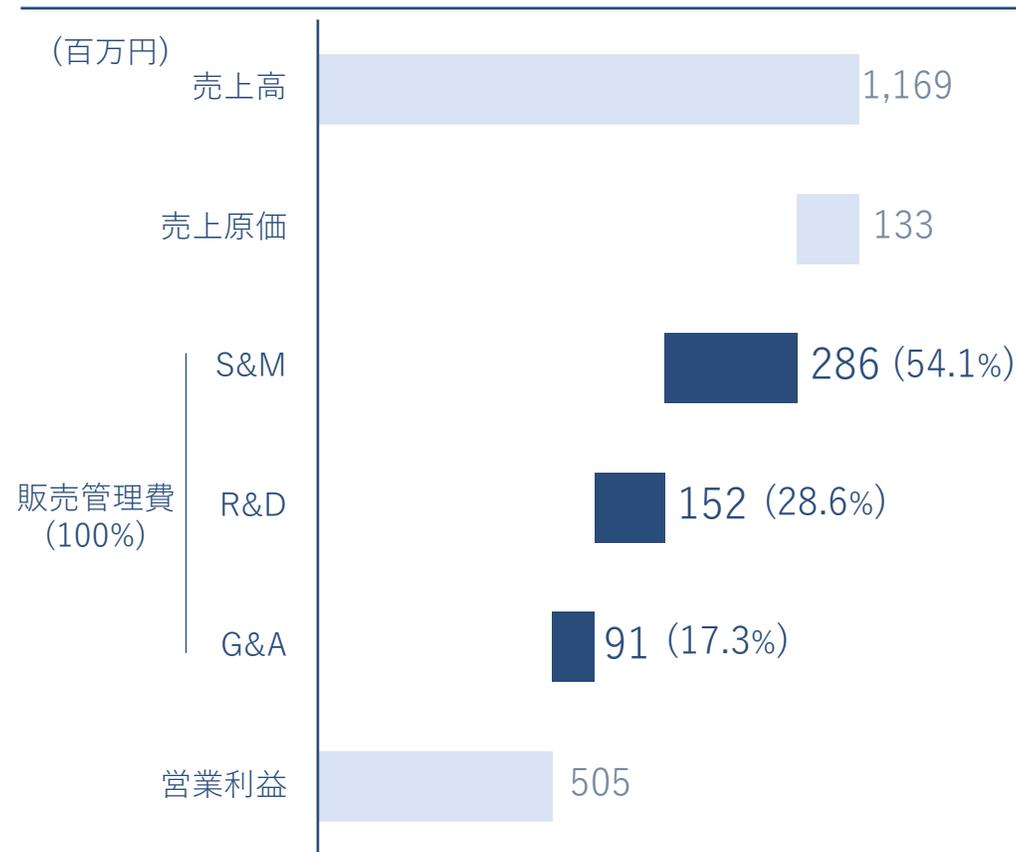
- 営業利益は2四半期連続で過去最高を更新、6億円を突破



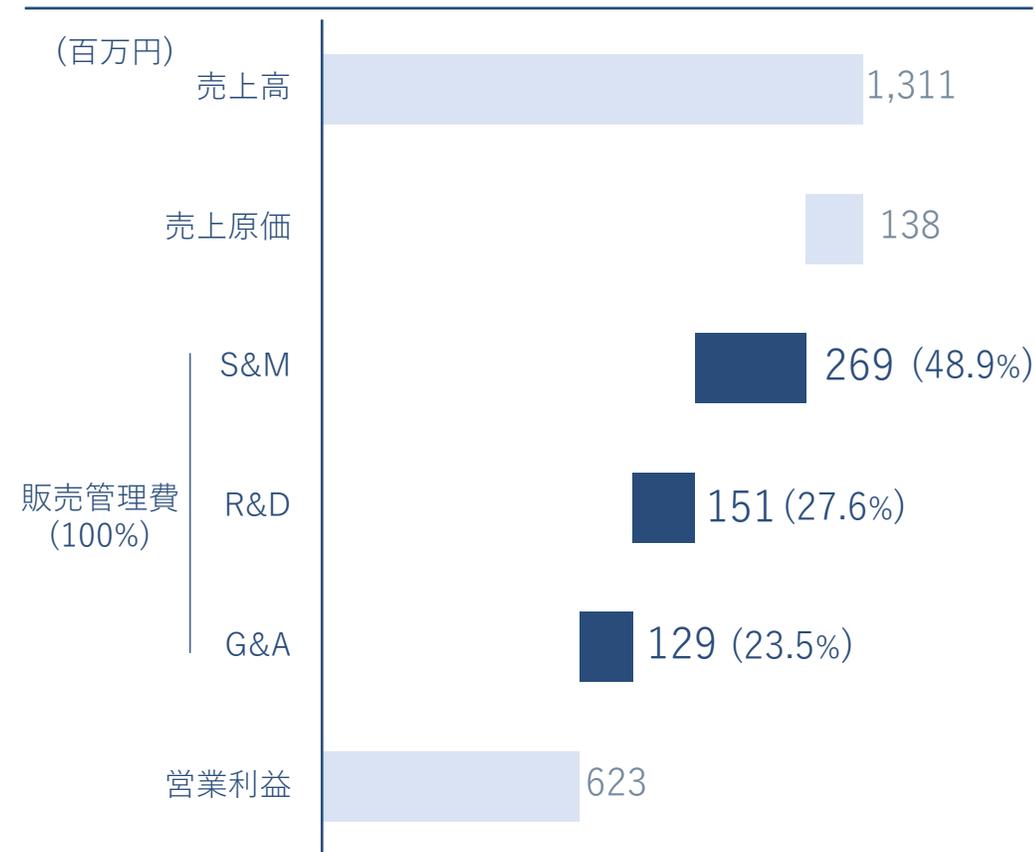
## 四半期販管費の内訳と比率

- 販売管理費の内訳に大きな変動なし

### 2021年度Q2実績



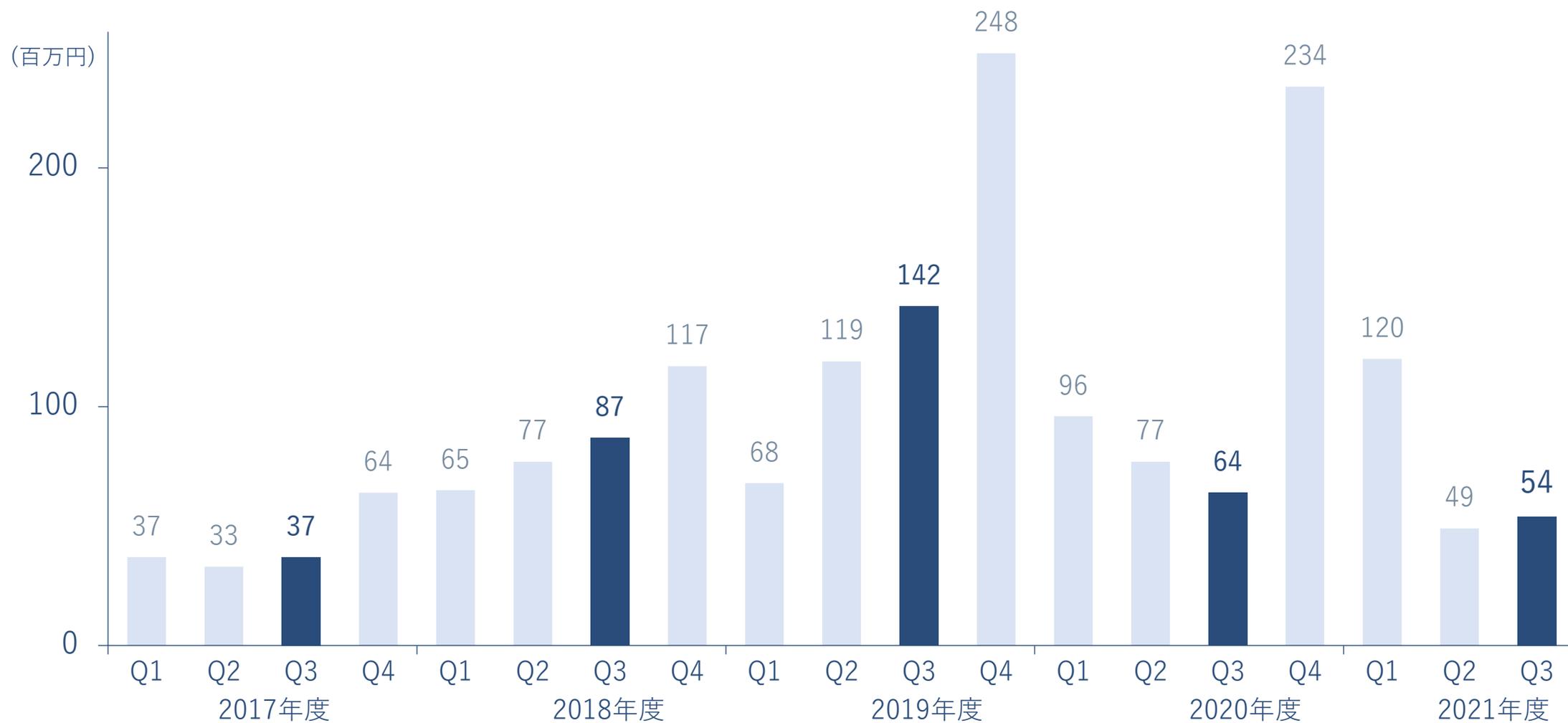
### 2021年度Q3実績



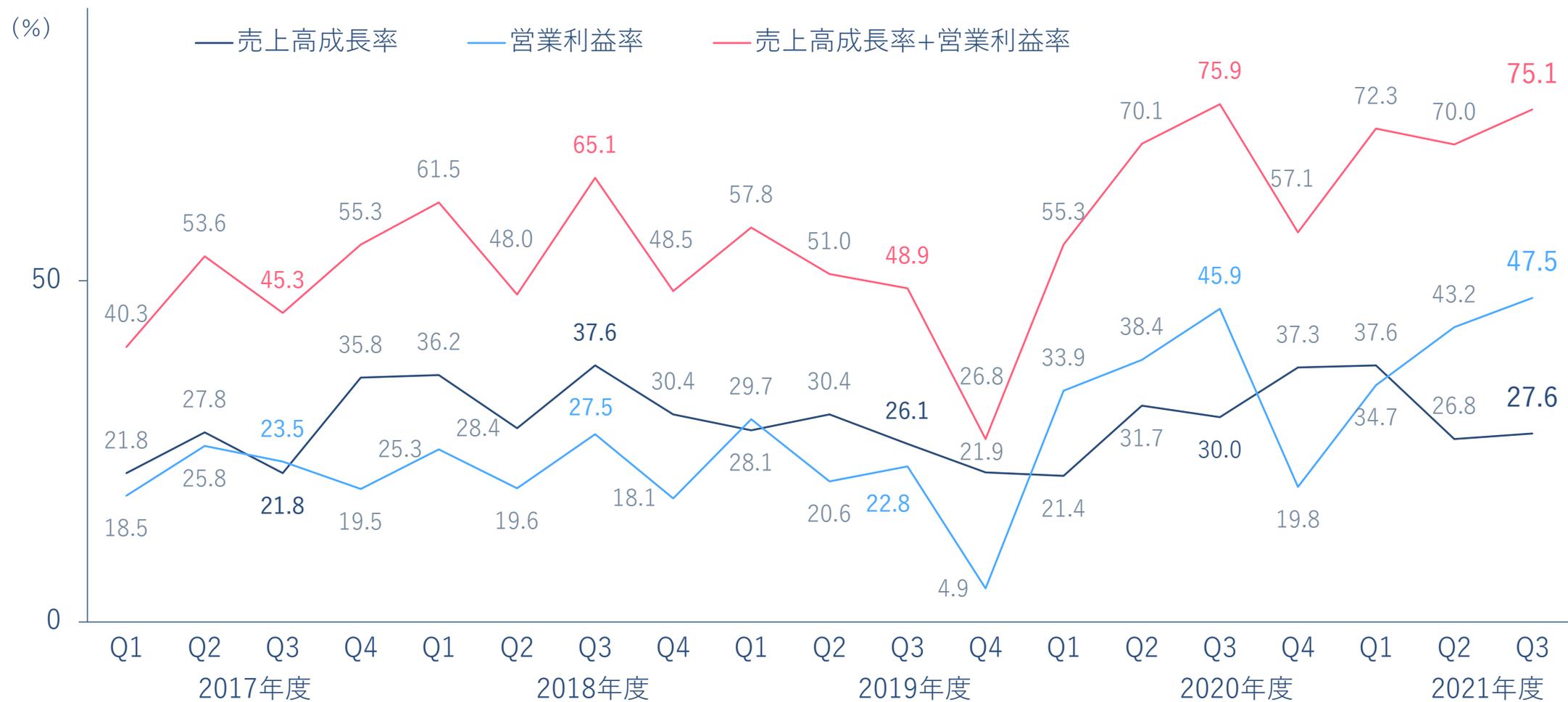
注：S&MはSales & Marketingの略、R&DはResearch & Developmentの略、G&AはGeneral & Administrativeの略。各数値について会計監査人の監査及びレビューを受けていません。

## 四半期広告宣伝費の推移

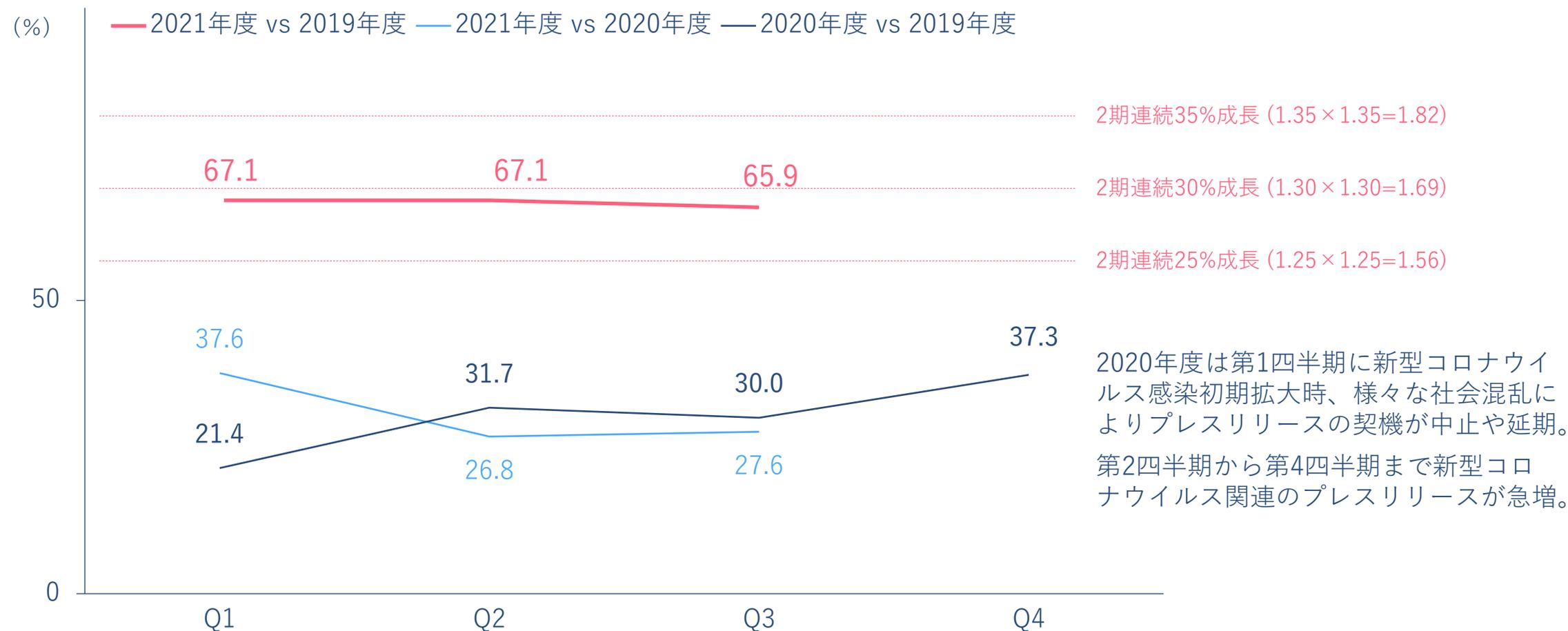
- 第3四半期も第2四半期に続いて大きな投資なし
- 広告宣伝費に依存せず、売上高成長は高水準を維持



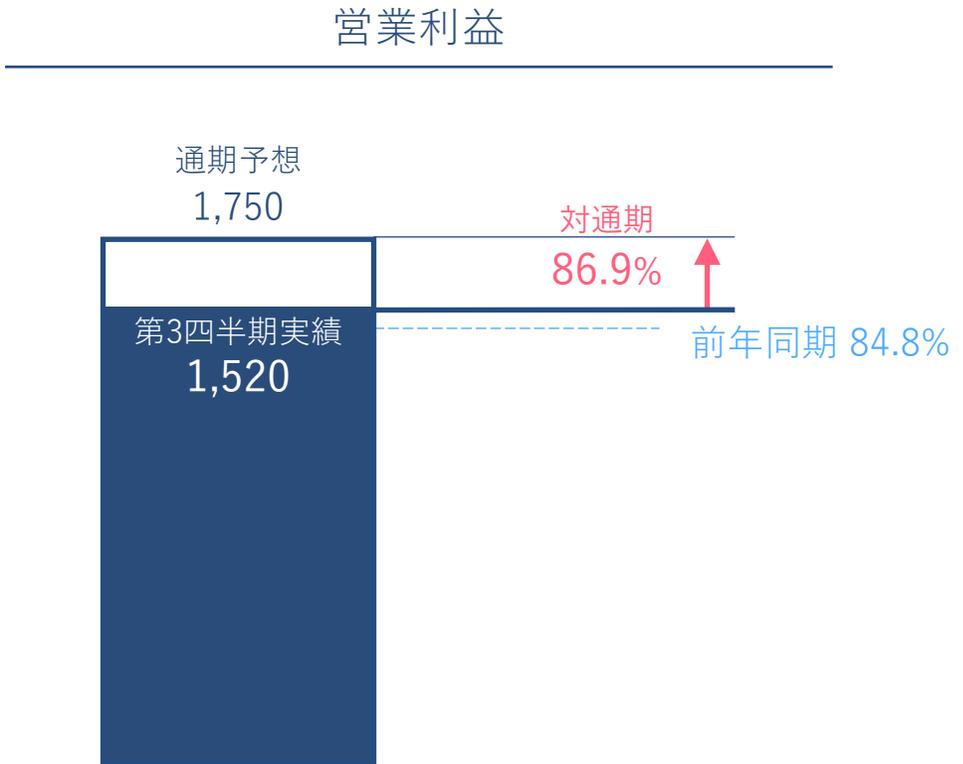
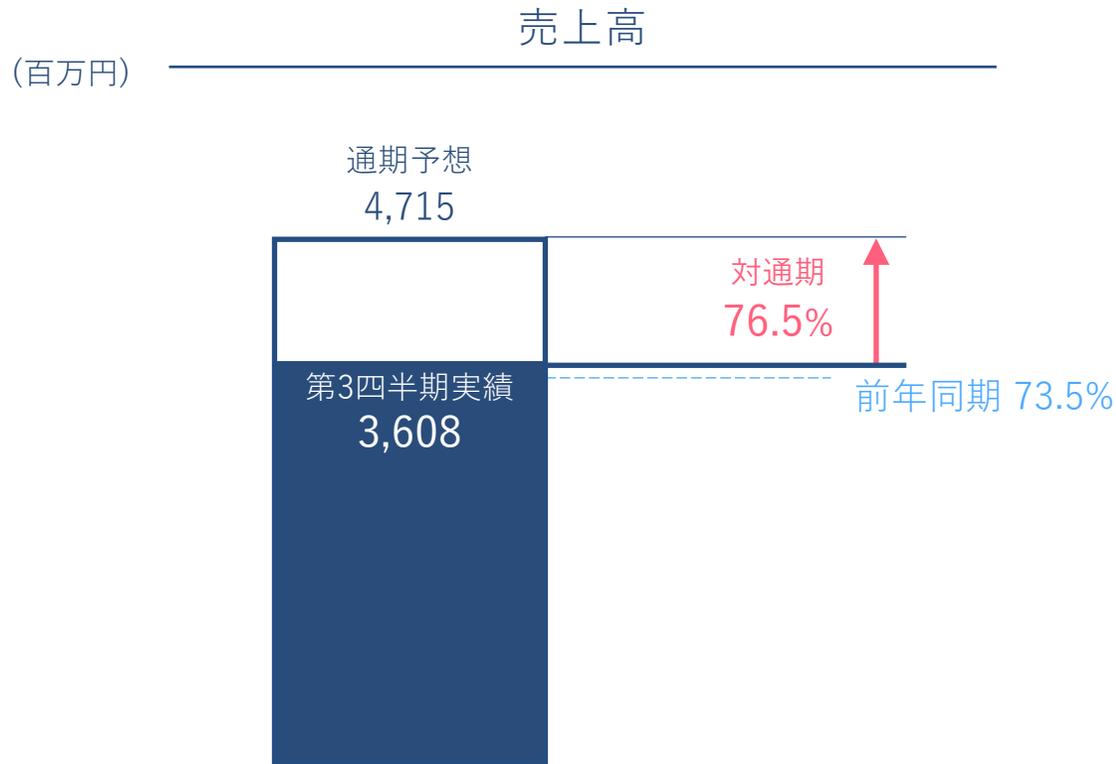
- 売上高成長率 + 営業利益率 = 75.1%と過去最高水準、積極的かつ規律ある投資と持続的成長そして利益拡大を実現



- 2020年度は新型コロナウイルスの感染拡大とその対応が進む中、四半期ごとの成長率にバラつき
- 2021年度を新型コロナウイルス感染拡大前の2019年度と比較、持続的な高成長を確認



- 通期業績予想に対する進捗率は売上高で76.5%(前年同期73.5%)、営業利益で86.9%(同84.8%)
- 売上高と営業利益ともに、好調だった前年度実績と比較しても高い進捗率
- 通期業績予想に対する着地見通しは、売上高で+10%未満、各利益で+30%未満であるため、業績予想を上方修正しない



- 営業CFにより引き続き現預金が増加して、現預金が初めて30億円を突破

(単位：百万円)	2020年11月末	2021年8月末	2021年11月末	前年同期比	前四半期比
流動資産	2,709	3,291	3,779	139.5%	114.8%
内、現預金	2,180	2,723	3,132	143.6%	115.0%
固定資産	414	574	587	141.6%	102.2%
総資産	3,124	3,866	4,366	139.8%	113.0%
流動負債	718	814	800	111.3%	98.2%
内、前受収益	167	231	207	123.8%	89.7%
固定負債	6	3	2	43.1%	74.8%
純資産	2,398	3,047	3,563	148.6%	116.9%
ROA	35.2%	32.1%	31.0%	—	—
ROE	45.1%	41.4%	39.0%	—	—

注：ROA及びROEは、直近12ヶ月の数値を用いて算出



01 2021年度第3四半期 決算

02 2021年度第3四半期 サービス動向

03 トピックス & 参考情報



<https://prtimes.jp>

## 企業

利用企業社数	62,415社
国内上場企業利用率	49.3%(1,919社/3,893社)
プレスリリース数	28,534 件/月(2021.11)
プレスリリース素材	画像 144,887点/月(2021.11) 動画 2,406本/月(2021.10)

## メディア

配信メディアリスト	11,814媒体
メディアユーザー数	22,559名
パートナーメディア	206媒体

## 生活者

サイト閲覧数	5,880万PV/月(2021.8)
SNSアカウント	Facebook 127,985 Twitter 297,718

## パブリシティ実績

- PR TIMESの利用価値のひとつはパブリシティの獲得、当社のパブリシティ実績でそれを実証
- パブリシティ数は65件(前年同期比 75.7%増) と四半期過去最高を記録。

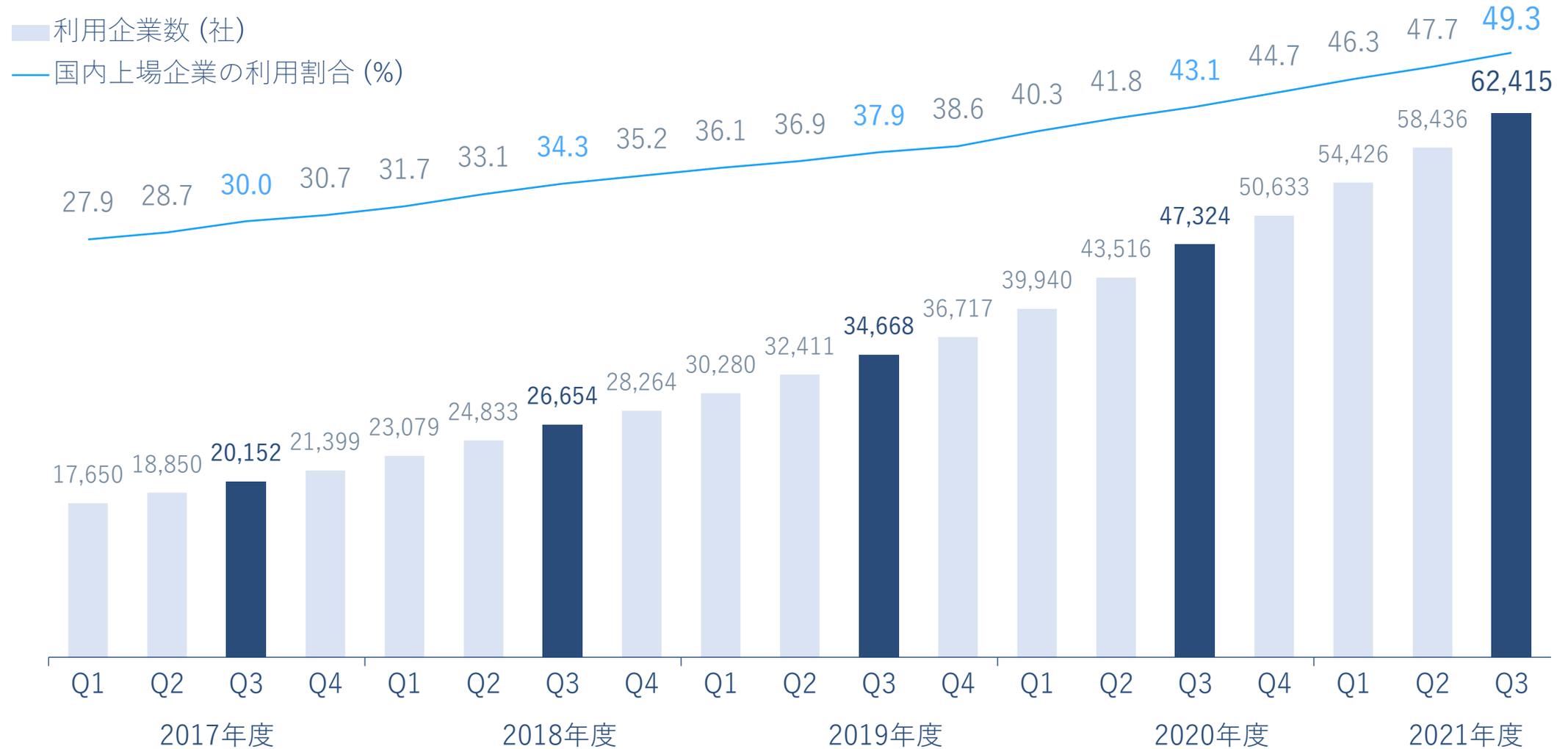
No.	掲載日	媒体名	種類	内容
1	9月1日	先端教育オンライン	Web	Inspire High 資本業務提携
2	9月1日	ICT教育ニュース	Web	Inspire High 資本業務提携
3	9月1日	VOIX biz	Web	福島民友新聞社 提携
4	9月1日	VOIX biz	Web	山形新聞社 提携
5	9月2日	EdTech Media	Web	Inspire High 資本業務提携
6	9月2日	やまがたニュースオンライン	新聞/Web	山形新聞社 提携
7	9月2日	Media Innovation	Web	スタートアップPRサポートプラン
8	9月2日	ESSE	雑誌	PR TIMES
9	9月3日	VOIX biz	Web	スタートアップPRサポートプラン
10	9月3日	文化通信	Web	ビッグデータ活用のPR支援サービス
11	9月3日	文化通信	新聞/Web	福島民友社 提携
12	9月6日	文化通信	新聞/Web	山形新聞社 提携
13	9月8日	ferret	Web	Tayori
14	9月8日	ASCII.jp	Web	ビッグデータ活用のPR支援サービス
15	9月10日	THE WEDDING JOURNAL	新聞	PR TIMES
16	9月11日	AMP	Web	PR TIMES LIVE
17	9月14日	Web担当者Forum	Web	PR TIMES
18	9月15日	syncAD	Web	Chatwork Jooto提携
19	9月15日	VOIX biz	Web	デジタルの日
20	9月15日	月刊経団連	雑誌	代表寄稿記事
21	9月20日	新聞之新聞	新聞	山形新聞社/福島民友新聞社 提携
22	9月27日	週刊BCN	雑誌	Chatwork Jooto提携
23	9月27日	ジャーナリスト新聞	新聞	山形新聞社/福島民友新聞社 提携
24	9月28日	千葉日報	新聞	社員セミナー登壇
25	9月30日	ferret	Web	Tayori
26	10月1日	ProductZine	Web	プレスリリース添削講座
27	10月5日	月刊 人事マネジメント 10月号	雑誌	社員インタビュー
28	10月5日	VOIX biz	Web	秋田銀行 提携
29	10月9日	秋田魁新報	新聞	秋田銀行 提携
30	10月13日	VOIX biz	Web	SPORTS TIMES
31	10月14日	Media Innovation	Web	静岡新聞社・静岡放送 提携
32	10月14日	strainer	Web	業績
33	10月15日	Screens	Web	静岡新聞社・静岡放送 提携
34	10月15日	日本経済新聞	新聞	取締役人事
35	10月15日	日本農業新聞	新聞	PR TIMES   個人事業主による利用

No.	掲載日	媒体名	種類	内容
36	10月15日	飲食店経営	雑誌	PR TIMES
37	10月17日	VOIX biz	Web	静岡新聞社・静岡放送
38	10月19日	住宅新報	新聞+Web	Jooto
39	10月19日	ProductZine	Web	Jooto
40	10月22日	PRESIDENT	雑誌	PR TIMES
41	10月23日	CxOの履歴書チャンネル	Web	代表取材
42	10月24日	CxOの履歴書チャンネル	Web	代表取材
43	10月25日	Forbes JAPAN	雑誌	役員出演
44	10月28日	新聞之新聞	新聞	静岡新聞・静岡放送
45	10月29日	Mac Fan	雑誌	Jooto
46	11月1日	NHK ラジオ深夜便	雑誌	Mikke
47	11月1日	美容の経営プラン	雑誌	PR TIMES   個人事業主による利用
48	11月4日	ラジオNIKKEI第1	ラジオ	代表取材
49	11月5日	AERA dot.	Web	U30奨学金返還サポート制度
50	11月5日	週刊農林	新聞	PR TIMES   個人事業主による利用
51	11月8日	PR EDGE	Web	プレスリリースアワード
52	11月9日	文化通信	新聞	静岡新聞・静岡放送
53	11月10日	Marketing Native	Web	食べ物語
54	11月11日	食品産業新聞社	Web	食べ物語
55	11月12日	フードウィークリーWEB	新聞+Web	食べ物語
56	11月12日	日刊食品通信	新聞	食べ物語
57	11月12日	酒類飲料日報	新聞	食べ物語
58	11月12日	フードリンクニュース	Web	食べ物語
59	11月15日	日刊醸造産業速報	新聞	食べ物語
60	11月16日	オフィスのミカタ	Web	企業広告
61	11月19日	advanced by massmedian	Web	企業広告
62	11月21日	酒販ニュース	新聞	食べ物語
63	11月22日	日経クロストrend	Web	食べ物語
64	11月22日	食料業界新聞	新聞	食べ物語
65	11月27日	福島民報	新聞	社員インタビュー

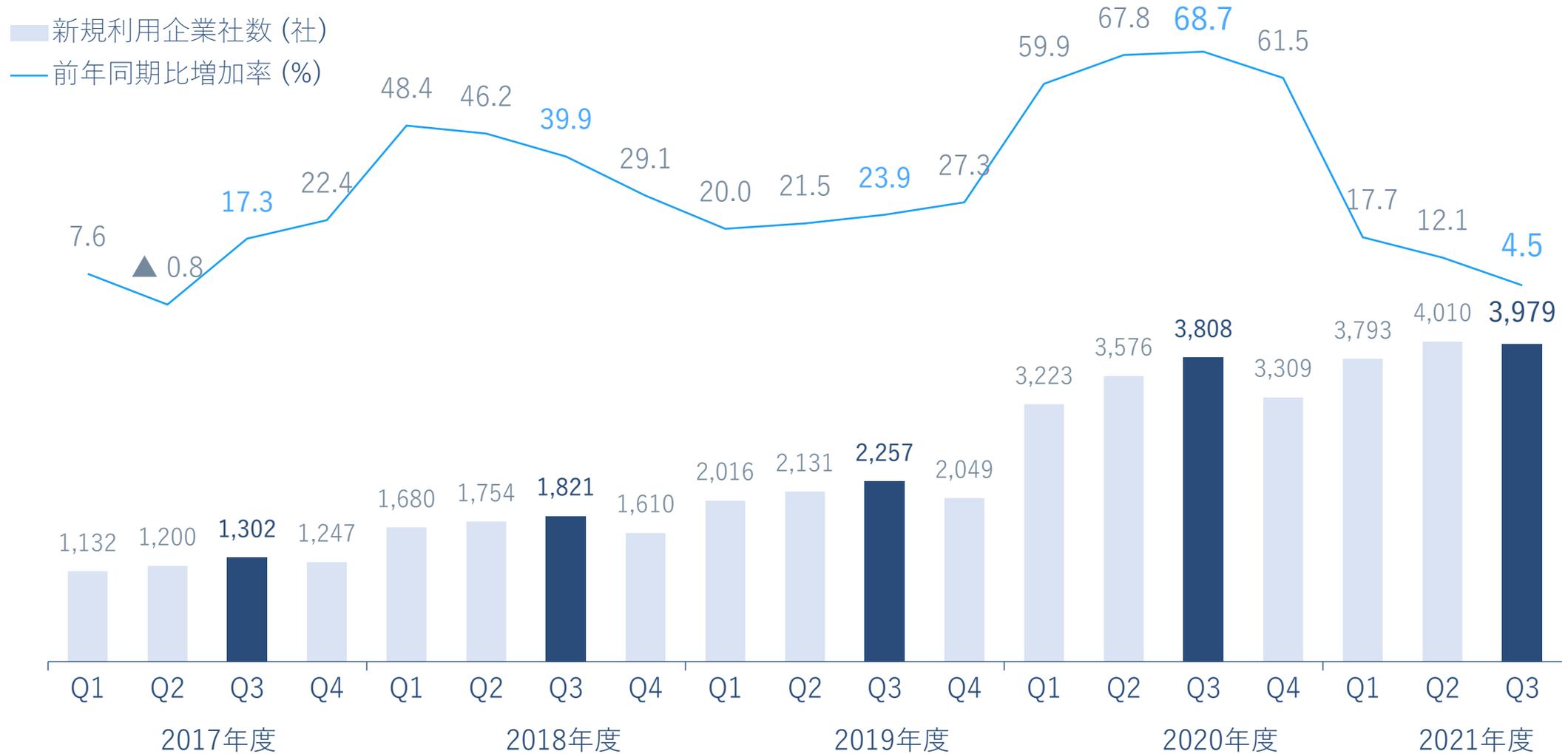
- Yahoo!ニュース、livedoorニュース、SmartNews、NewsPicks、Antennaなどに転載されたパブリシティは省略。
- PR EDGE(11月8日掲載)は当社が運営するメディアです。
- 当社の株価に関連したパブリシティは対象外。

(2021年9月～2021年11月、掲載日順)

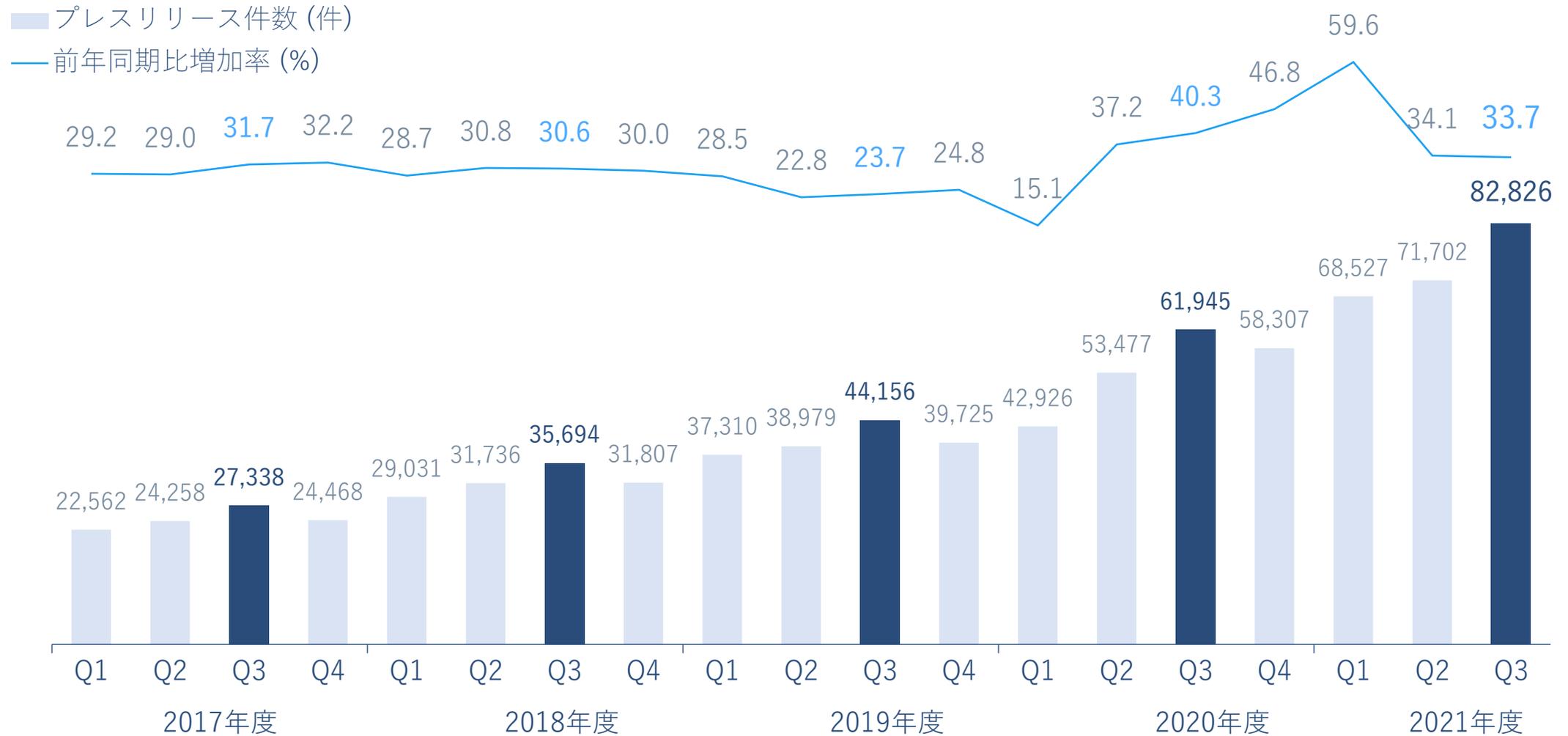
- 利用企業社数が62,415社に到達（前年同期比15,091社増・前四半期比3,979社増）
- 上場企業のうち49.3%（1,919社／3,893社）が利用



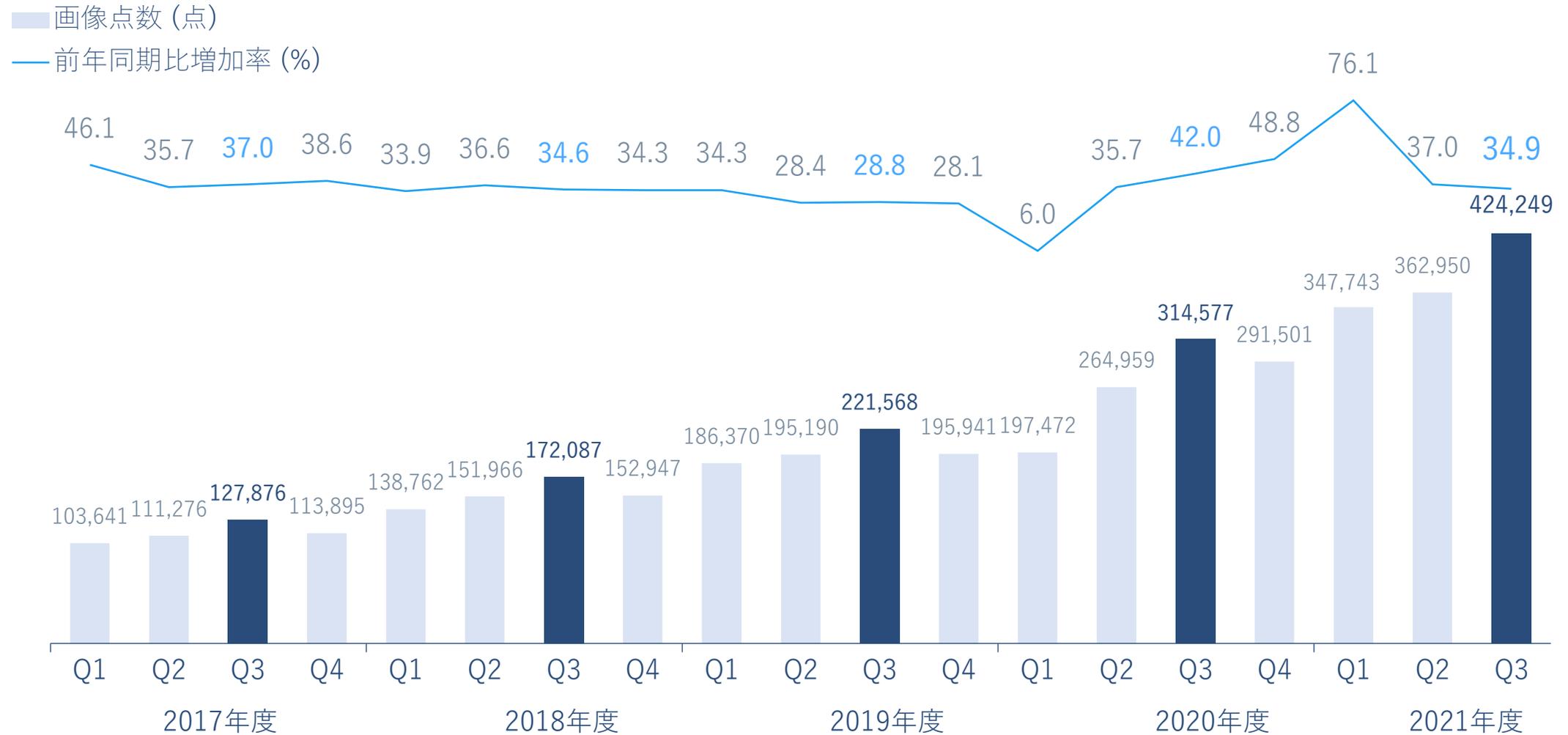
- 新規利用企業社数は3,979社（前年同期比171社増・前四半期比31社減）
- ネットワーク効果为基础とした持続的な利用企業社数の増加を実現している



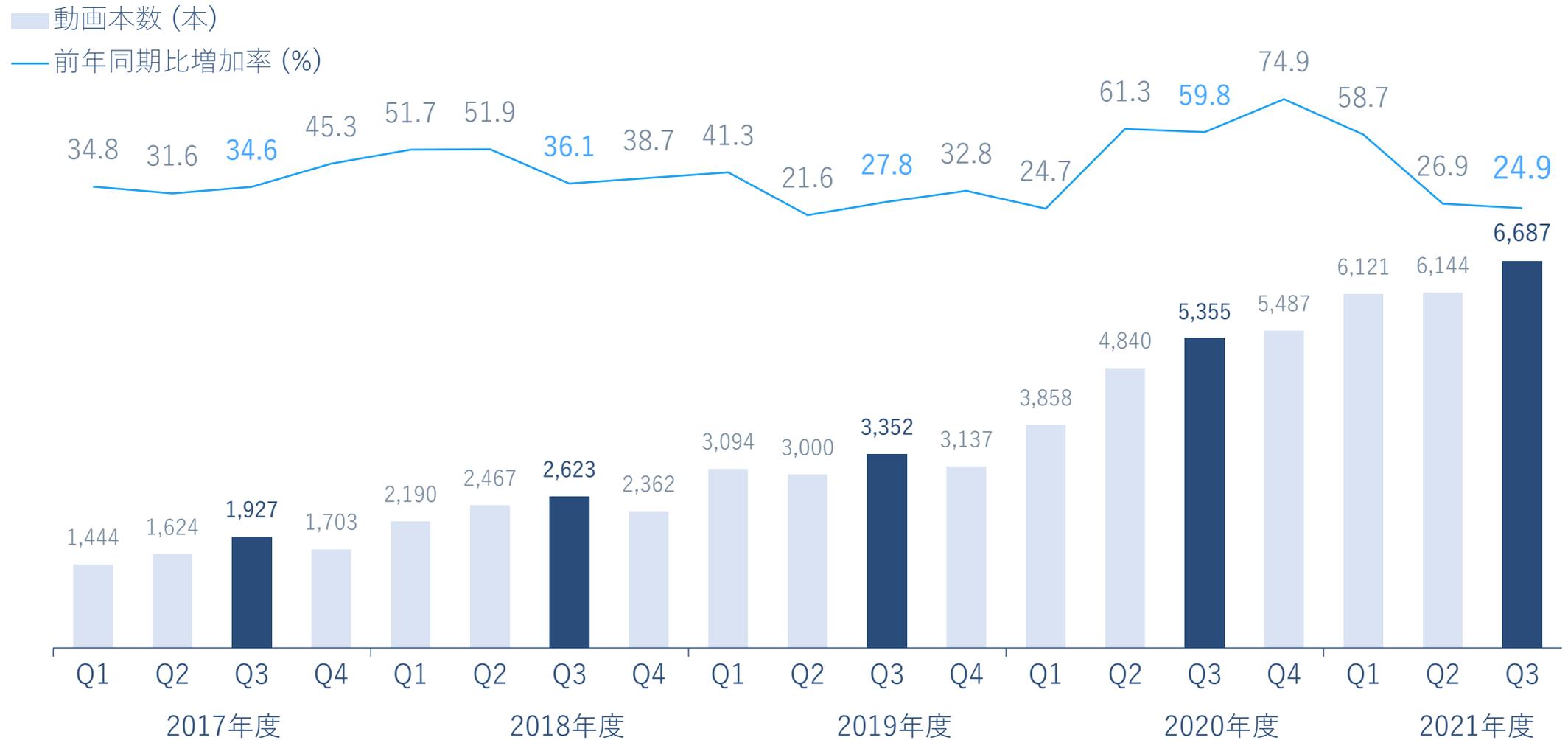
- プレスリリース件数は82,826件（前年同期比33.7%増・前四半期比15.5%増）、3四半期連続で過去最高を更新



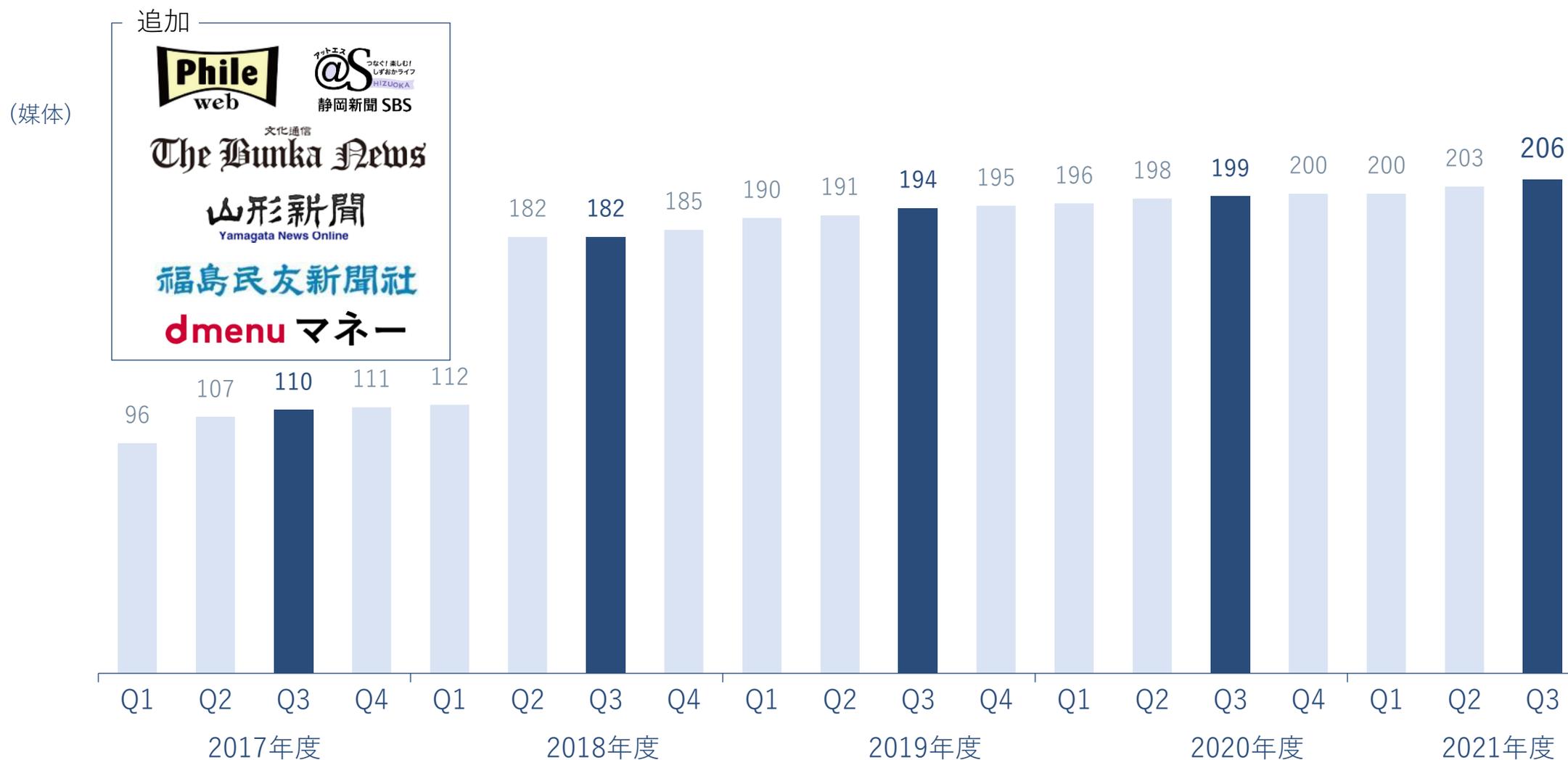
- 画像は424,249点（前年同期比34.9%増・前四半期比16.9%増）、3四半期連続で過去最高を更新



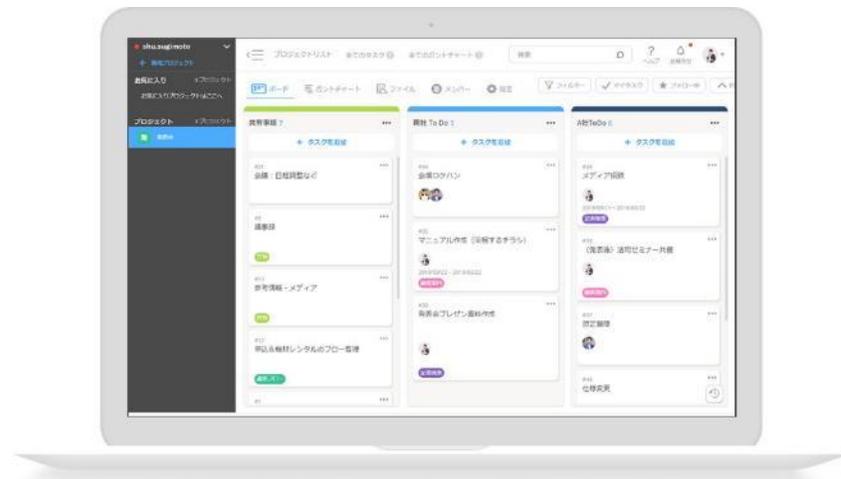
- 動画は6,687本（前年同期比24.9%増・前四半期比8.8%増）、7四半期連続で過去最高を更新



- パートナーメディア数は前四半期から3媒体純増(6媒体増・3媒体減)し、2四半期連続で過去最高を更新
- パートナーメディアの内、9媒体が編集部が利用するCMSと連携して報道素材としてプレスリリースを転送

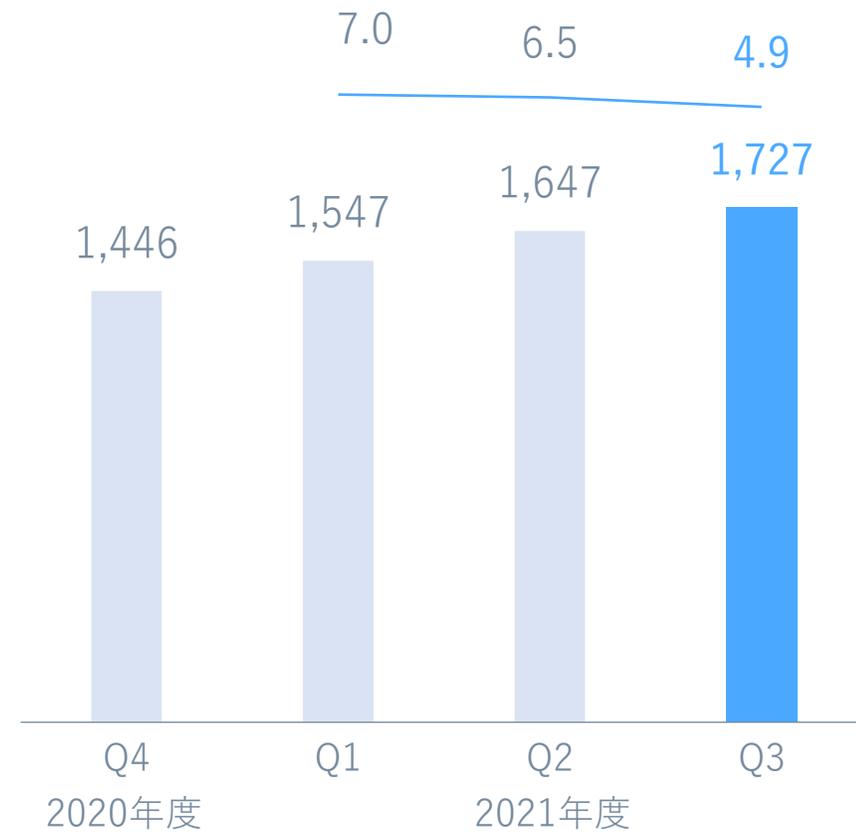


- KPIをユーザー数から有料利用企業社数へ移行、有料利用企業社数は1,727社（前四半期比80社増 4.9%増）



<https://www.jooto.com/>

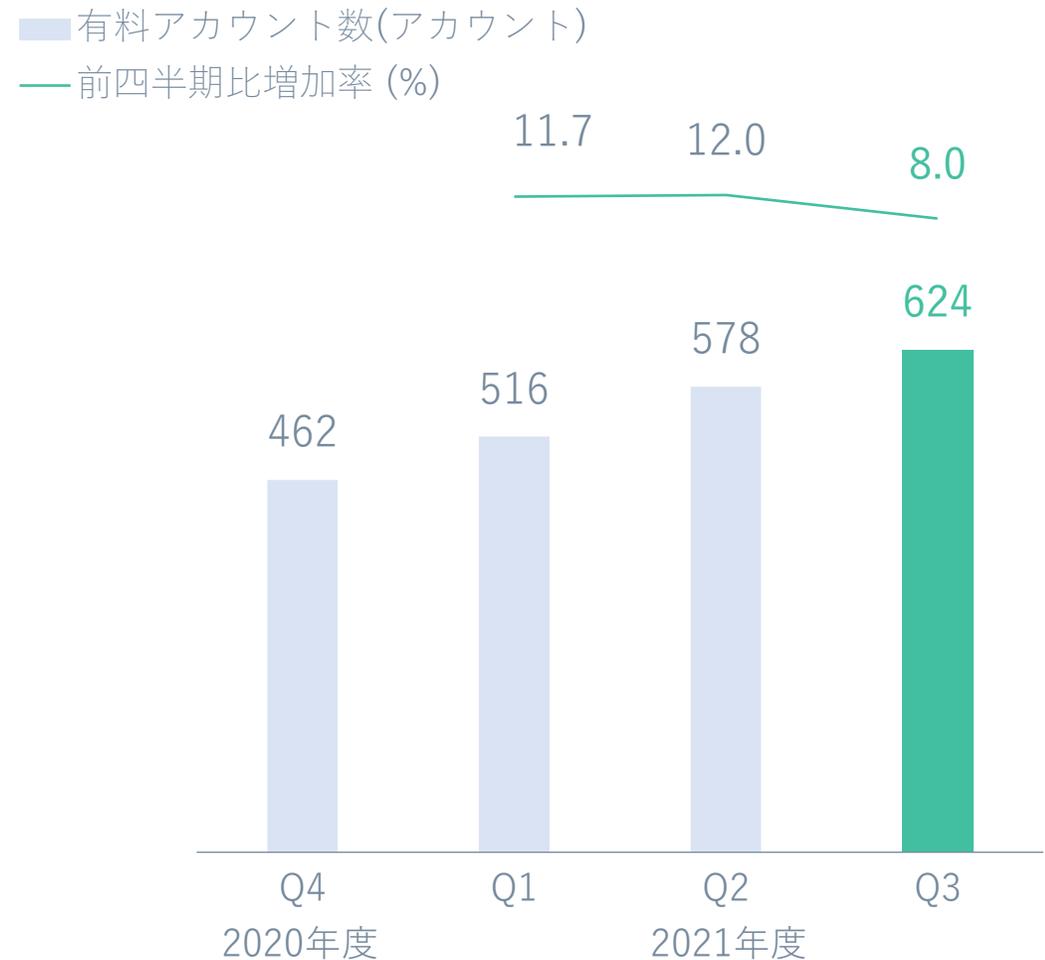
■ 有料利用企業社数 (社)  
— 前四半期比増加率 (%)



- KPIをアカウント数から有料アカウント数に変更、有料アカウント数は624アカウント(前四半期比46アカウント増 8.0%増)



<https://tayori.com/>





### Influence インフルエンス賞

AOKI創業以来、類のないスーツ!?  
マスクに次ぐ新生活様式対応商品第2弾  
【パジャマスーツ™〜パジャマ以上おしゃれ

株式会社AOKI  
齋藤翔太/比本佳奈

01

2021年度第3四半期決算



### Social ソーシャル賞

緊急事態宣言中にも個室すべてがあなただけのレストランに!  
料理120種、ワイン&カクテル300種をお部屋で楽しむ  
【スーパールームサービス】

株式会社ニュー・オータニ  
湯本健太郎/中島真介/渡辺武/高山剛和/岡田宜久

02

2021年度第3四半期 サービス動向

03

トピックス & 参考情報

2021年12月20日 プレスリリースアワード  
浅岡基晴/池田光史/井上岳久/浦野有代/近見

2021年12月20日 プレスリリースアワード2021 審査委員会  
浅岡基晴/池田光史/井上岳久/浦野有代/近見竹彦/河原野/吉川朝日香/三島敏和



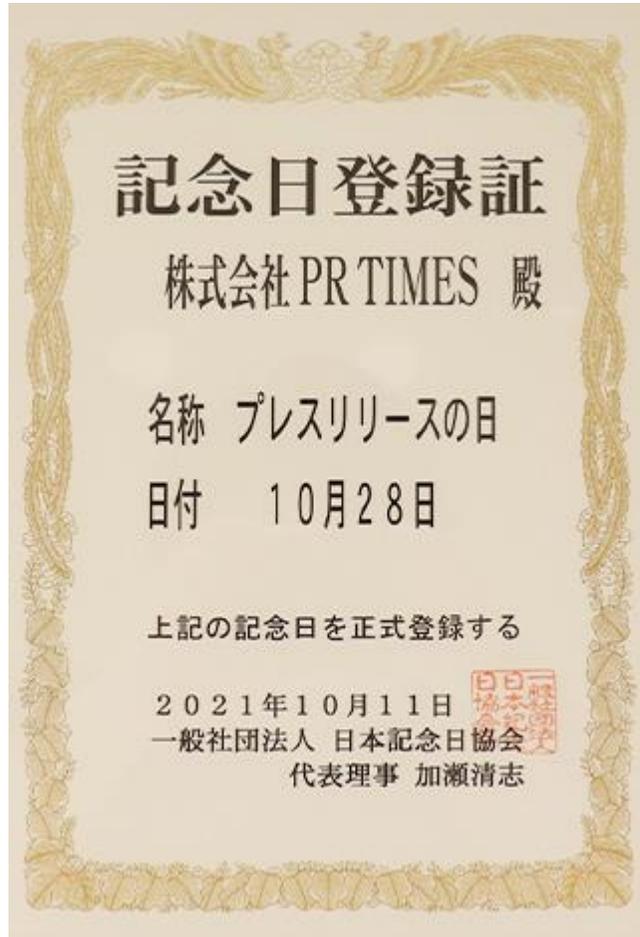
### Empathy

「感謝の気持ち」を伝える  
「ありがとう」の気持ちを伝える  
「ありがとう」の気持ちを伝える

- 2021年日本国内に上場した企業125社の内、68.8%の86社がPR TIMESを利用
- 東証マザーズ市場のIPOに限ると75.3%が上場時にPR TIMESを利用、設立2年以下のスタートアップ企業にPR TIMESの利用を最大10件無料支援やスタートアップ向けメディアBRIDGEの運営などを通じてスタートアップの広報を支援、IPOに至る過程までご利用頂けることに感謝

取引所	市場	2021年			2020年
		新規上場	内、利用企業	利用割合	利用割合
東京証券取引所	第一部	6社	4社	66.7%	100.0%
	第二部	8社	2社	25.0%	0.0%
	マザーズ	93社	70社	75.3%	71.9%
	JASDAQ	16社	9社	56.3%	53.3%
福岡証券取引所	Q-Board	2社	1社	50.0%	0%
	合計	125社	86社	68.8%	63.4%

- 世界初のプレスリリースが発表された10月28日を「プレスリリースの日」に記念日登録
- 「プレスリリースの日」に合わせ、プレスリリースに対する思いと決意を言葉にした企業広告 [思いは人を動かし、リレーしていく] をForbes JAPAN12月号へ掲載



思いは人を動かし、  
リレーしていく。

とある日の朝、ひとつのサービスのローンチが発表された。

構想から数年。

やっと、やっと、世の中に知らせることができる感動の高まりのなか、  
それまでの試行錯誤や、諦めたくなかった決意を配信した。

そのプレスリリースを見つけたひとりの編集者が、  
「業界を大きく変えるかもしれぬ」と直感しWebメディアで報じた。

そのWebニュースを見たひとりの業界人が、  
自分の考えを悔しく思いながら同僚に話した。

その話を聞いたひとりの同僚が、  
自分たちも波に乗れるチャンスだとSNSでシェアした。

そのSNSをはじめとするさまざまな声に注目した記者が、  
開発のきっかけを広く伝えたいと雑誌で記事にした。

その記事を見たひとりの顧客が、  
親しい企業のニュースに新しいビジネスの可能性を感じ、ブログをつづった。

そのブログを見たひとりのビジネスパーソンが、  
自分の企業こそ導入すべきではとサービスに興味を持った。

ひとつの行動の物語が、人から人へ。

情熱をもって働く人たちが、それぞれの感情をのせて、伝えていく。

1906年10月28日。

世界で初めてのプレスリリースが世に出たその日から、今日まで。  
いくつもの企業の、人の、行動が生まれ続けている。

そこに、関わる人の思いが見えることで、情報はもっと広がっていく。

あなたの書くプレスリリースは、ボタンになる。

そんな未来が確かにくることを、

私たちは目指しています。

**PRTIMES**



- プレスリリース発信文化の普及と発展のために「プレスリリースアワード」を初開催、2021年度は420件のエントリーから8社を選定して12月20日に発表
- 2022年以降も継続計画、「プレスリリースの日」に発表予定



インフルエンس賞   ソーシャル賞   パブリック賞   エンパシー賞   ヒューマン賞   ストーリー賞   特別賞

AOKI

ニュー・  
オータニ

松浦産業  
(POrder)

テレワーク・  
テクノロジーズ

富士屋製菓本舗

花王

川上産業

クロシェ

特設ページ <https://prt看imes.jp/pressreleaseawards/2021/>

- 受賞企業の法人名の株式会社表記を省略、企業名に受賞対象のプレスリリースのURLをリンク

- 2021年12月に上毛新聞社、秋田魁新報社、山陽新聞社と提携
- 地方情報流通のための提携は計47例（地方金融機関24行・8信金、地方メディア11媒体、地方自治体1府3市）、37都道府県に広がる



- キリンビール、サントリー酒類を取り扱う飲食店向けにPR TIMES、PR TIMES STORY、PR TIMES TVを特別提供
- 飲食店および協力企業に向けて広報PR勉強会の実施
- 明治大学文学部教授の齋藤孝氏がアンバサダー就任、今後開催する食べ物語アワードと合同試食会で協力



おいしい話を、食べましょう。

日本の食の、そしてお店のまだ知られていない、おいしい話を、  
できるかぎりひとつ一つくわしく届けていく。

食の文化や伝統や隠された味や、つくる人の裏話まで。

飲料を届ける企業をはじめ、

お店をサポートする企業と一緒にやっていく、  
世の中ではじめての食の物語が始まります。

メディアに、お客様に、おいしい話をたくさん食べていただきますよう。

日本の、そして飲食店さんの「食」がもっと広がって、人から人へと巡っていく！  
そんな食べ物語をつくっていきましょう。

- SB C&Sが全国1万2000社のパートナー企業を通じてJootoを代理販売
- SB C&Sが運営するICT製品・サービス紹介サイト「IT-EXchange」にJootoを掲載
- ソフトバンクとSB C&Sが今年9月に主催した「SoftBank World 2021」で「これから来る！注目ソリューション」としてJootoを紹介

＝ SB C&S

×

 jooto

IT-Exchange <https://www.it-ex.com/products/maker/prtimes/jooto.html>

プレスリリース <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001149.000000112.html>

- 2022年の年頭所感として、「行動者にPRの力で働きがい」を宣言し、決意を新たにする。
- 社員一同自ら行動者であり続け、PRの力を信じ、多くの行動者を支えていく。当社の事業を通じてSDGs8番目の開発目標「働きがいも経済成長も」に貢献していく。



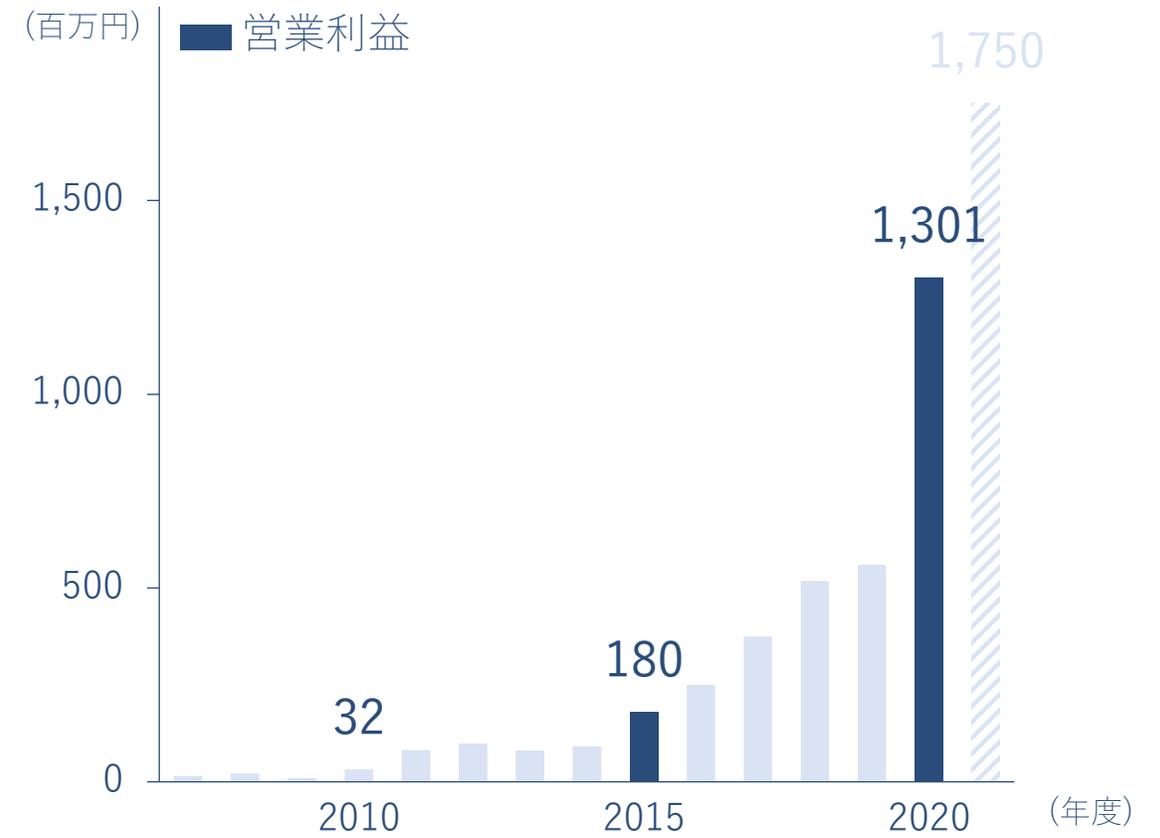
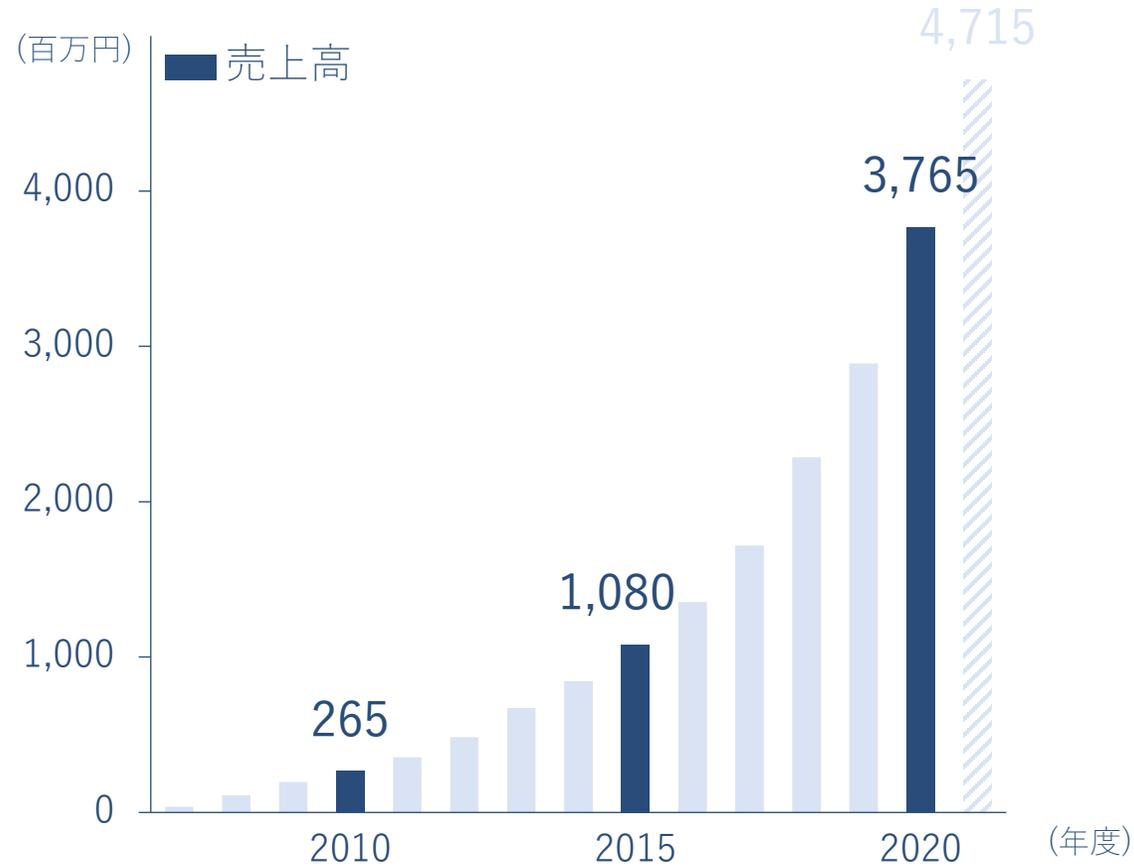
半期目標

Jooto 専業部が  
PR TIMESの  
価値を高める。

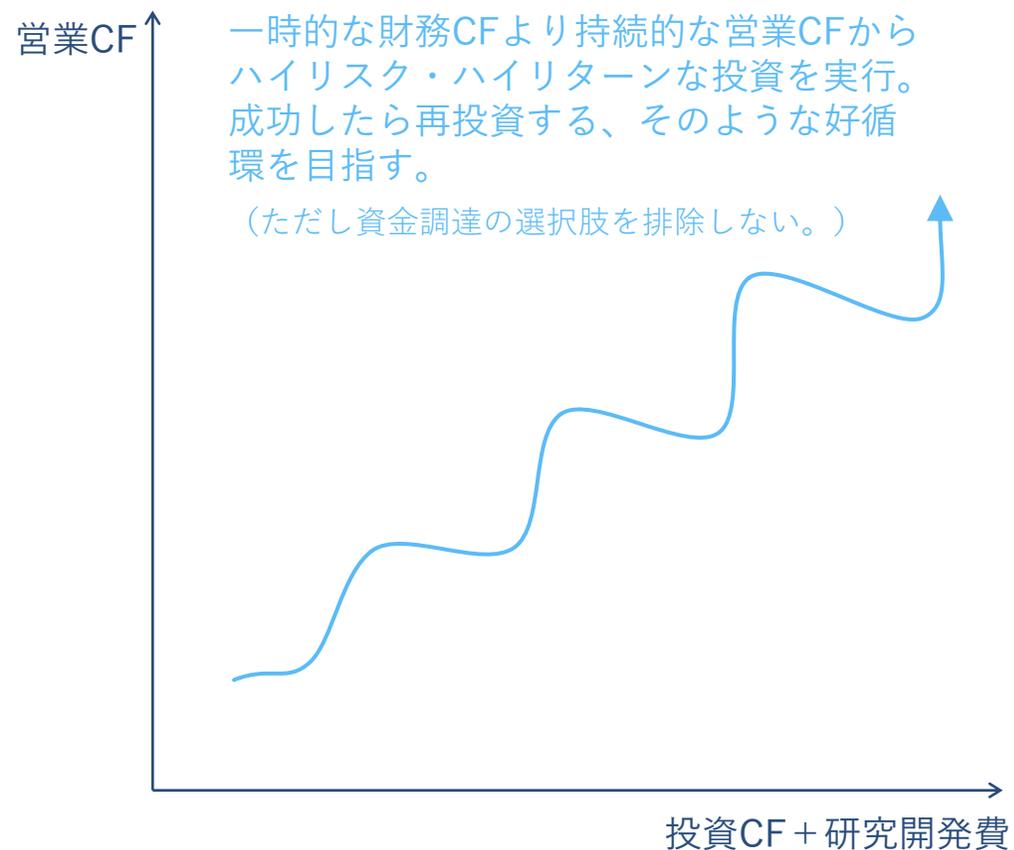
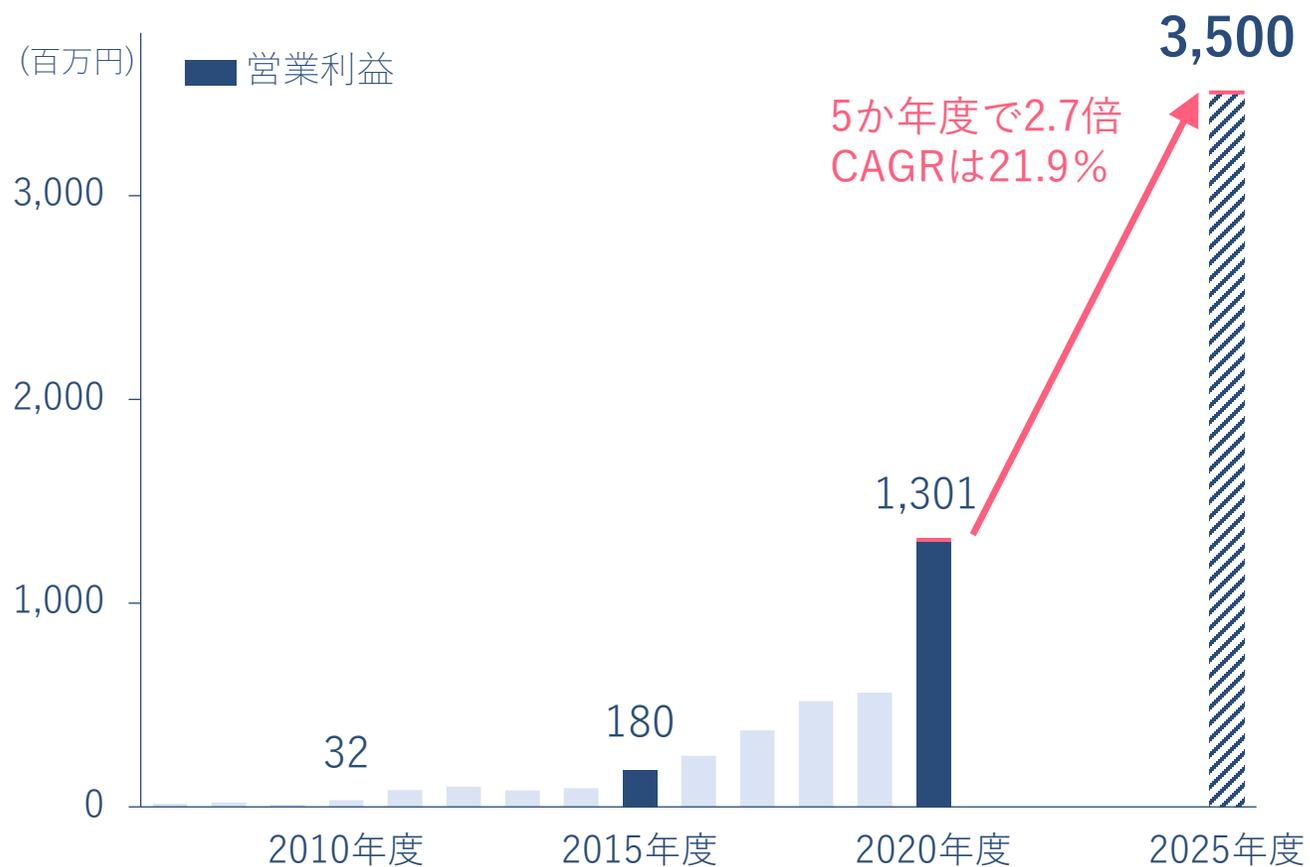
# Appendix

PR TIMES, Inc. 2021 First Half Corporate  
PR TIMES, Inc. 2021 First Half Corporate  
PR TIMES, Inc. 2021 First Half Corporate

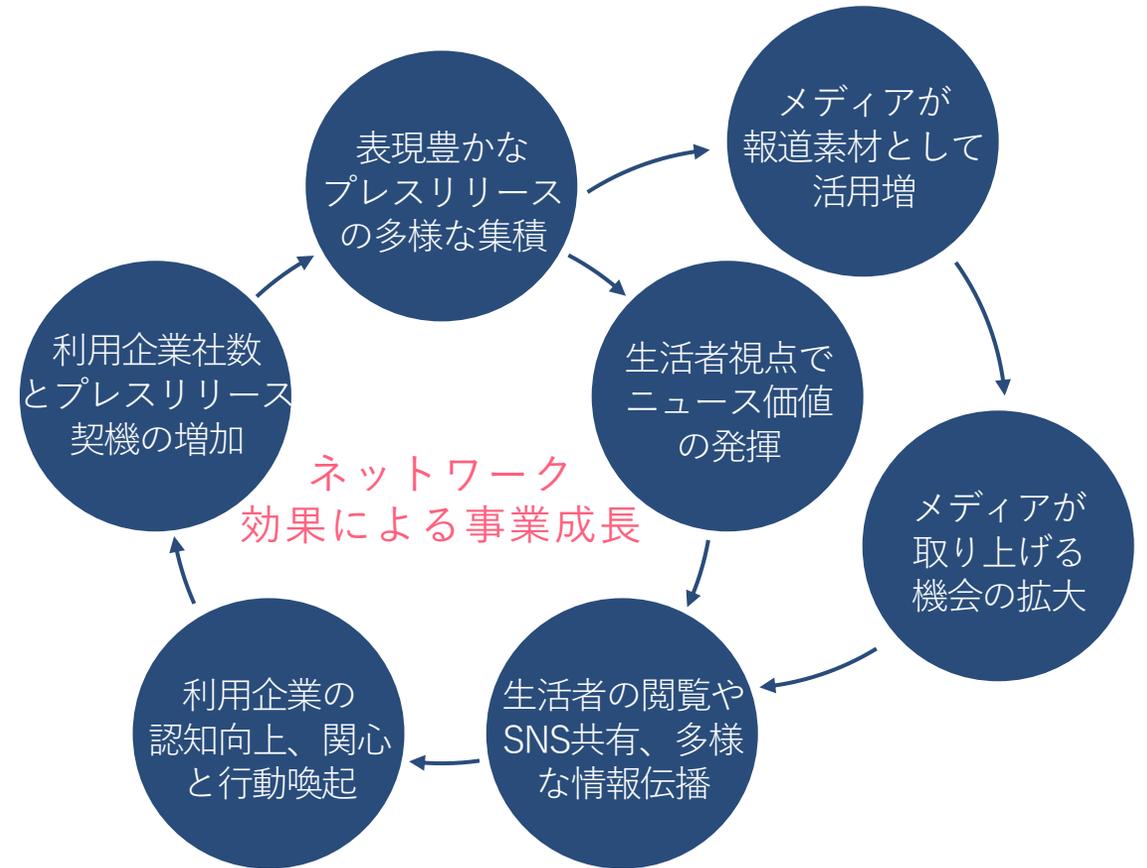
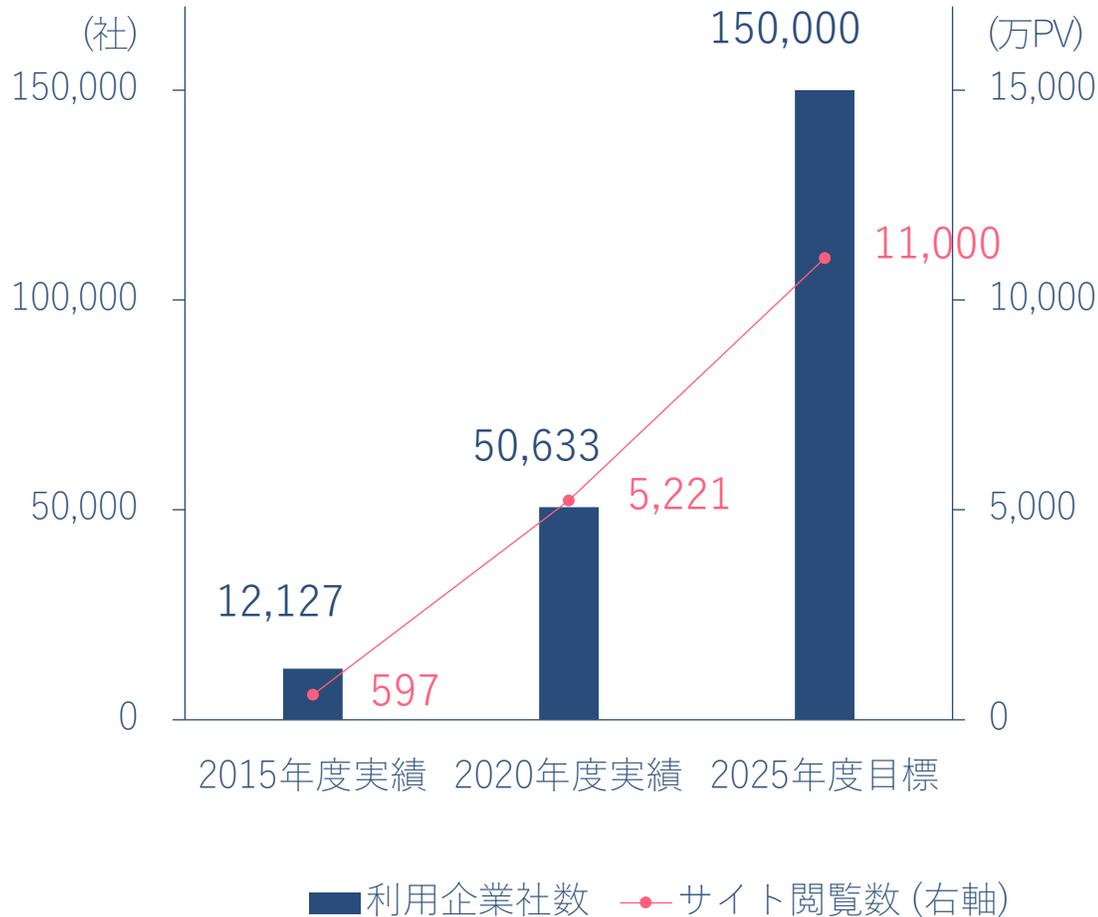
- 事業開始以来14期連続で売上高25%超成長と営業黒字を達成、売上高25%超成長の持続と利益拡大の両立経営

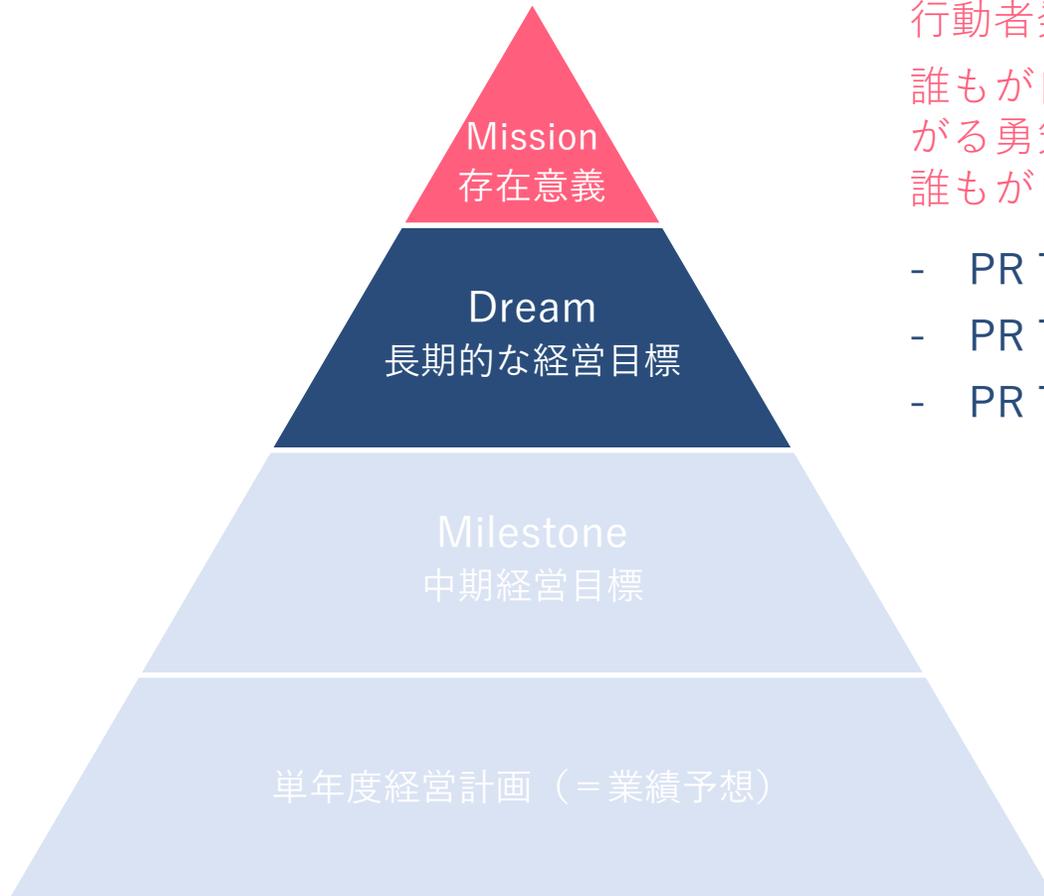


- 2025年度に営業利益35億円を生み出せる状態を目指す
- 利益は目的ではなく、持続的な成長を実現するために必要な投資の原資
- まず2025年度まで無配継続、事業成長と利益拡大そして資本効率改善により中期的な株主総利回りを指標とした株主還元



- 2025年度にPR TIMESの利用企業社数150,000社、サイト閲覧数1億1,000万PV／月を目指す
- PRの力とその可能性を信じ、世の中へ広げ、根付かせていく覚悟を持って、PR TIMESの利用を日本全地域へ拡大させる

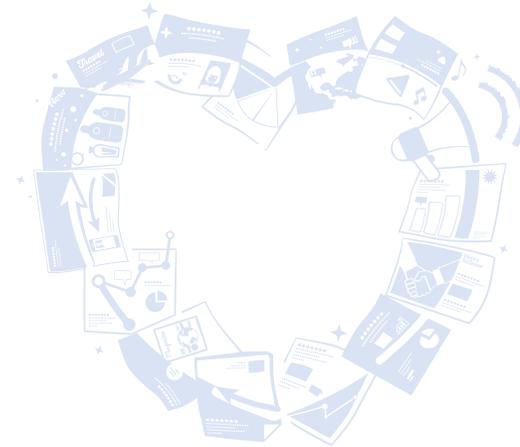




行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ。

誰もが自らの行動を公に伝えられ、大切な人に届き、次の行動者が立ち上がる勇気を与える。ポジティブな循環が、ニュースの主役を変えていき、誰もがヒーローになれる社会を実現する。

- PR TIMESを社会的な情報インフラと呼ぶに相応しい存在にする
- PR TIMESを世界で有数のインターネットサービスにする
- PR TIMESを超える事業を生み出す人材が台頭する組織になる



Q. 足元の業況について教えてください。

A. 公開前の決算に係る情報については言及を差し控えさせていただいております。次回の決算発表までお待ちください。

Q. 第4四半期に広告宣伝費が増えるのはなぜですか。

A. 当社の戦略に関わる情報のため、言及を差し控えさせていただいております。

Q. 季節性による業績の変動はありますか？

A. 第4四半期は年末年始や2月を含み、営業日数が少ないため、前四半期比で減少する傾向にあります。

Q. 「PR TIMES」の解約率を教えてください。

A. 「PR TIMES」の基本料金は従量課金プランと定額プランで構成されており、いわゆるサブスクリプションモデルではありません。そのため、解約率という概念もありません。

Q. 売上高に占める従量課金プランと定額プランの割合を教えてください。

A. 「PR TIMES」の現在の最重要指標は利用企業社数であり、営業部門も経営陣も料金プランごとの配信数または利用企業社数を重要指標としておらず、そのため売上高に占める割合についても開示していません。

Q. 「Jooto」「Tayori」の収益状況を教えてください。

A. いずれのサービスもユーザー数は伸びているものの、有料課金率は極めて低いため、現時点では個別サービスごとに業績は公開していません。「PR TIMES」に続く第2、第3の収益の柱となれるよう、今後も規律をもって投資を推し進めてまいります。

2020年度のみ単体決算、その他の会計年度は連結決算でございます。各ページでの表記を省略しております。

本資料の端数処理につきましては、百万円単位未満の表示は切り捨て(但し小数点まで表示する場合は小数点第1位未満四捨五入)、%(パーセント)の表示は小数点第1位未満四捨五入を原則としております。

本資料に記載した意見や予測は、資料作成現時点における当社の見解であり、その情報の正確性を保証するものではありません。

実際の業績等は様々な要因により異なる可能性があることをご了承願います。

# PR TIMES